

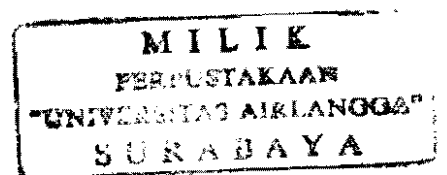
- MAGISTER MANAJEMEN - 1997
- PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDASARI KEPUTUSAN
BERLANGGANAN SURAT KABAR JAWA POS DAN PENGARUH
FAKTOR-FAKTOR TERSEBUT TERHADAP KESETIAAN
PELANGGAN DI KOTAMADYA SURABAYA**

KARYA TULIS UTAMA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Magister Manajemen

1010
MM. 75/99
Sur
a



Diajukan oleh :

TATIK SURYANI

NIM : 049510247 - M

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

1997

PERSETUJUAN REVISI KARYA TULIS UTAMA

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Airlangga yang tersebut di bawah ini :

Nama : Tatik Suryani

NIM : 049510247/M

Tanggal Ujian : 7 Oktober 1997

telah melakukan penyempurnaan /perbaikan terhadap Karya Tulis Utamanya yang berjudul **"Analisis Faktor-faktor yang Mendasari Keputusan Berlangganan Surat Kabar Jawa Pos dan Pengaruh Faktor-faktor Tersebut Terhadap Kesetiaan Pelanggan di Kotamadya Surabaya"** sebagaimana yang disarankan oleh penguji/

Surabaya, 14 Oktober 1997

Tim Penguji


DR. Amiruddin Umar
Ketua


Prof. Y. Henky Supit, Ak.
Anggota


H.M.S. Idrus, SE, M.Ec.Ph.D
Sekretaris/Anggota


Drs. Tjiptohadi Sawarjuwono, M.Ec.Ph.D., Ak.
Anggota

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDASARI KEPUTUSAN
BERLANGGANAN SURAT KABAR JAWA POS DAN PENGARUH
FAKTOR-FAKTOR TERSEBUT TERHADAP KESETIAAN
PELANGGAN DI KOTAMADYA SURABAYA**

Oleh :
OLEH : TATIK SURYANI
(049510247 M)

Disetujui oleh :

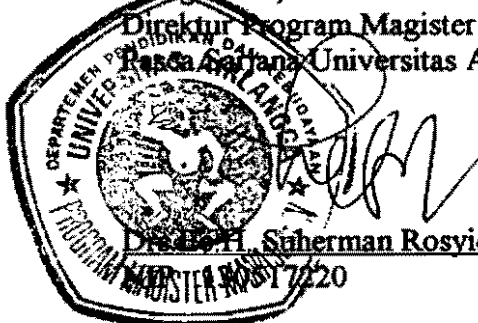
Pembimbing Utama,

H.M.S. Idrus, SE, M.Ec.Ph.D.

Tanggal : 9/10 - 97

Mengetahui,

Direktur Program Magister Manajemen
Pasca Sarjana Universitas Airlangga



Dr. H. Saherman Rosyidi, M.Com.

Tanggal : 10/10 - 97

ABSTRAK

Berkembangnya industri di bidang informasi, khususnya surat kabar menjadikan industri ini relatif ketat persaingannya. Dalam kondisi tersebut kesuksesan perusahaan akan banyak ditentukan oleh sejauh mana perusahaan memiliki pelanggan-pelanggan yang memiliki kesetiaan tinggi.

Oleh karena itu, informasi mengenai faktor-faktor yang mendasari keputusan berlangganan serta keterkaitan faktor-faktor tersebut dengan kesetiaan pelanggan amat diperlukan.

Perusahaan surat kabar Jawa Pos yang bergerak di bidang penerbitan surat kabar yang dihadapkan pada kondisi tersebut, amat memerlukan informasi mengenai hal itu. Karena itu, dilakukan penelitian ini. Teknik *two-stage cluster proportional random* sampling digunakan untuk mengambil sampel sejumlah 430 orang pada populasi pelanggan surat kabar Jawa Pos di Kodya Surabaya. Teknik analisis faktor digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang mendasari keputusan berlangganan surat kabar dan teknik analisis diskriminan digunakan untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut mampu menjelaskan adanya perbedaan antara pelanggan yang kesetiaannya tinggi dengan yang rendah. Sedangkan teknik ANOVA satu jalan digunakan guna mengetahui pengaruh variabel-variabel demografi terhadap faktor yang memiliki konstribusi besar dalam menjelaskan kesetiaan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat 17 faktor yang mendasari keputusan berlangganan surat kabar Jawa Pos. Faktor-faktor tersebut berturut-turut dari yang paling besar pengaruhnya adalah (1) manfaat artikel, manfaat pengetahuan dan peluang bisnis, (2) aktualitas, (3) distribusi, (4) harga, (5) manfaat sosial, (6) bahasa, (7) penampilan foto, (8) gaya penyampaian dan ilustrasi, (9) bentuk tiga seksi dan berita regional, (10) tanggapan dalam tajuk rencana dan keterpercayaan, (11) promosi, (12) netralitas dan analisis penyajian bidang sosial politik, (13) obyektivitas dan daftar isi, (14) tanggapan terhadap surat pembaca dan analisis penyajian bidang ekonomi bisnis, (15) kritis dalam tanggapan dan manfaat prestise sosial, (16) tata letak, dan (17) manfaat hiburan. Secara keseluruhan faktor-faktor tersebut mampu menjelaskan adanya perbedaan antara pelanggan yang kesetiaannya tinggi dengan yang rendah. Dari tujuh faktor, tiga faktor yang memiliki sumbangan besar dalam menjelaskan adanya perbedaan tersebut, ditelusuri lebih lanjut apakah faktor tersebut dipengaruhi oleh variabel-variabel demografi. Dari analisis varian satu jalan terungkap bahwa jenjang pendidikan pelanggan berpengaruh terhadap faktor manfaat hiburan.

Implikasi dari penelitian ini, bahwa sebaiknya perusahaan perlu memperhatikan ke tujuh belas faktor tersebut terutama yang memiliki pengaruh besar dalam bauran pemasarannya guna mendapatkan sejumlah besar pelanggan serta untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dimilikinya pelanggan-pelanggan yang memiliki kesetiaan tinggi.